

Sommaire

Avant-propos 9

Søren Askegaard et Eric J. Arnould

Introduction générale 13

Dominique Roux

Chapitre 1

**L'approche historique foucauldienne :
quels apports pour les recherches
sur la consommation ? 25**

Hélène Gorge

1. Philosophie et histoire 26
2. Un rôle d'historien controversé 30
3. Trois notions clés au sein du projet historique foucauldien 31
4. Une application aux recherches sur la consommation 35
5. Conclusion 39

Chapitre 2

**Repenser la consommation avec Foucault et
la psychologie discursive 43**

Lionel Sitz

1. La psychologie discursive 45

2. Repenser les études.....	46
3. Des consommateurs insaisissables.....	48
4. Retour sur les catégories et leurs contenus.....	49
5. Le paradoxe du marketing.....	51
6. Conclusion	52

Chapitre 3

Objectivation et subjectivation des consommateurs dans les dispositifs marchands..... 57

Stéphane Borraz

1. La question du sujet, de la structure et du pouvoir.....	58
2. Le dispositif au cœur de la théorie foucauldienne du pouvoir.	59
3. Le dispositif comme mode d'examen dans la pluralité des champs du savoir.....	66
4. Les fonctions du dispositif marchand : modes d'objectivation et de subjectivation des consommateurs.....	71
5. Conclusion	74

Chapitre 4

Entre bio-pouvoir et gouvernementalité, l'émergence d'un consommateur de soins chez Michel Foucault ?..... 81

Jean-Paul Domin

1. Médicalisation de la société et émergence du bio-pouvoir...	84
2. Gouvernementalité et gouvernement des populations.....	88
3. La gouvernance de la maladie ou la naissance du consommateur de soins.....	92
4. Conclusion	95

Chapitre 5

Discipliner la consommation..... 99

Christian Barrère

1. La consommation comme contrainte de la production.....	100
2. Une logique disciplinaire de la consommation ?	107

- 3. Une microphysique de la consommation :
la mode ou la disciplinarisation du futile 117
- 4. Conclusion 122

Chapitre 6

Histoire de résistances : une approche généalogique de l'Internet marchand..... 127

Laurent Busca

- 1. Pouvoir, résistance et matérialité 129
- 2. L'approche généalogique..... 131
- 3. Matériau collecté et démarche analytique 132
- 4. Une histoire des résistances à la commercialisation
d'Internet..... 134
- 5. Conclusion 149

Chapitre 7

Revisiter la notion d'hétérotopie : le trottoir comme contre-espace de consommation..... 157

Vivien Blanchet et Dominique Roux

- 1. Les dimensions dialectiques des espaces hétérotopiques 159
- 2. Méthode..... 160
- 3. Le trottoir comme hétérotopie 161
- 4. Discussion 170
- 5. Conclusion 176

Penser autrement 181

Yohan Gicquel

Les auteurs 189

- Les coordinateurs 189
- Les contributeurs..... 190